

# Curso Design Thinking

<b>Introducción</b>	<b>1</b>
¿Qué es Design Thinking?	1
<b>Design Thinking y Transformación Digital</b>	<b>2</b>
Contexto de transformación digital	2
Por qué Design Thinking	2
Gestión para la transformación digital	2
Mitos y realidades	3
Propuesta ágil	4
¿Por qué Agile?	4
Ágil vs Tradicional	5
<b>¿En qué consiste Design Thinking?</b>	<b>5</b>
Comprendiendo Design Thinking	5
Proceso de Design Thinking	6
Métodos para identificar necesidades	6
<b>Proceso de Design Thinking</b>	<b>6</b>
Etapa 1: Empatizar con los usuarios	6
Etapa 2: Definir el problema	7
Etapa 3: Idear la solución	7
Etapa 4: Prototipar	7
Etapa 5: Probar	8
<b>Profundizando en la metodología</b>	<b>8</b>
Profundizando en el enfoque	8
Agile, Lean y Design Thinking para desarrollo de producto	8
Cumplimiento de objetivos	10
Carencias del enfoque tradicional y de ágil	10
<b>Design Thinking como parte del enfoque ágil</b>	<b>10</b>
Enfoque de gestión ágil	10
Soft skills necesarias (Parte 1)	11
Soft skills necesarias (Parte 2)	11
¿Cómo lo hace Google?	12
Design Thinking en Google	12

## Introducción

### ¿Qué es Design Thinking?

Proceso iterativo para pensar “out of the box”

- Se trata de cuestionárselo todo
- Experimentación continua
- Pensar de otra forma:
- Pensar mucho más en los problemas, antes que en las soluciones

## Design Thinking y Transformación Digital

### Contexto de transformación digital

El contexto es cambiante

Enfoque tipo Design Thinking

Transformación digital

Diagrama de gan

Métodologías ágiles:

- Lean
- XP
- Kanban

No sabemos predecir el futuro, lo que tenemos que hacer es adaptarnos

Planificación en 3 horizontales

### Por qué Design Thinking

Lo queremos todo...

- Para “ya”
- En soporte digital
- Personalizado
- ... o híper-personalizado
- Sin “manual de usuario”
- Listo para usar
- Personalización de la idea de “valor”
- Mayor grado técnico no significa mayor valor
- No es sólo UX, sino CX
- Trabajar la empatía
- Design Thinking implica ser ágil... y ser ágil debe implicar la aplicación de Design Thinking

### Gestión para la transformación digital

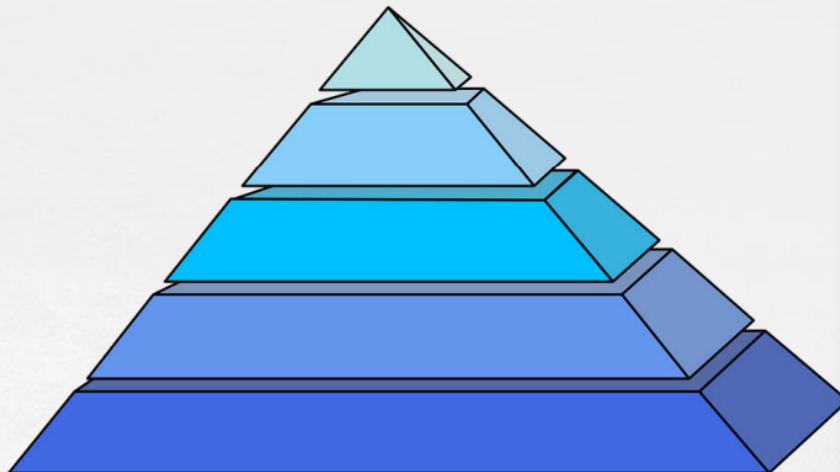
- Alfabetización de datos: Big Data, Data Lakes, Smart Data, Business Intelligence, Data Driven Companies, Analítica Avanzada...
- 5G, Digital Twins, Edge Computing, Quantum...

- Los servicios tecnológicos aportan valor si tienen

- Utilidad
- Garantía



- 5 niveles en cuanto a la madurez en la gestión



## Mitos y realidades

### Mitos

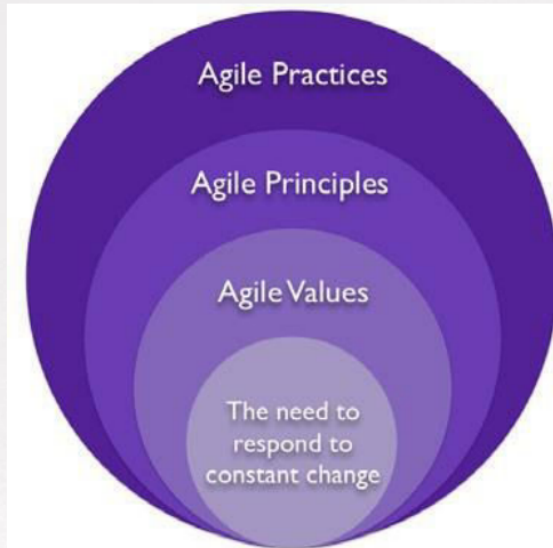
- Los clientes saben lo que quieren
- Las personas del equipo saben exactamente cómo hacerlo
- Nada cambiará en el proyecto

### Realidades

- IKIWISI
- Los técnicos descubren conforme avanzan
- Muchas cosas cambiarán
- El teléfono roto

## Propuesta ágil

### PROPUESTA ÁGIL



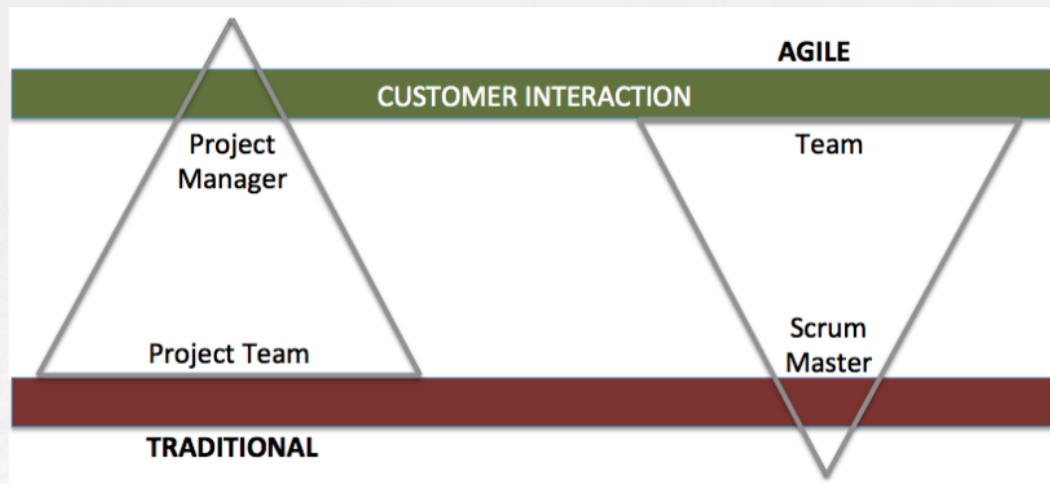
- Planificación progresiva
- Promover el cambio
- Estilo de gestión no centralizado
- Mundos “grises”

## ¿Por qué Agile?

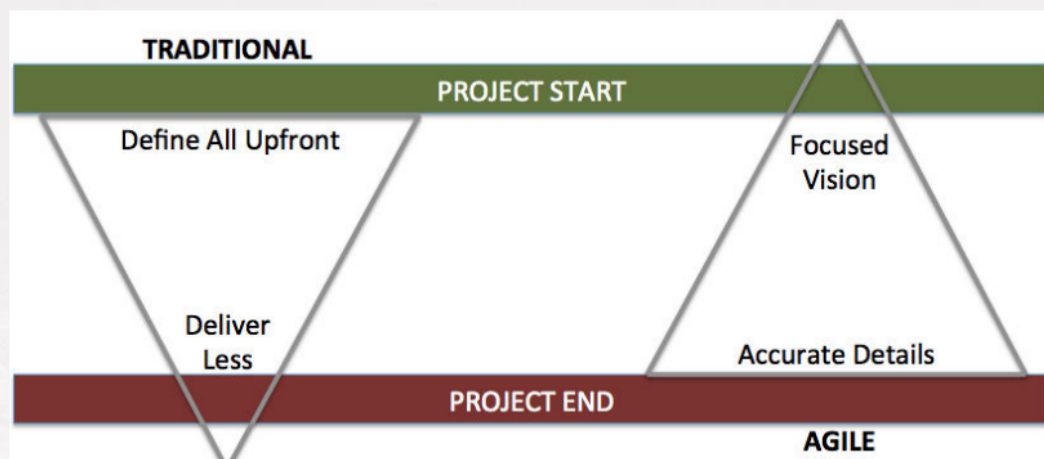
- Viabilidad del producto final
- Resultado tangible
- Sin sorpresas
- No “big bangs”
- Adaptabilidad
- Si cada sprint obtenemos el mejor resultado posible, y aplicamos esta idea una y otra vez, ¿no obtendremos el mejor resultado posible al final de todo el proceso?

## Ágil vs Tradicional

### Interacción con el cliente:



### Detalle de requisitos:



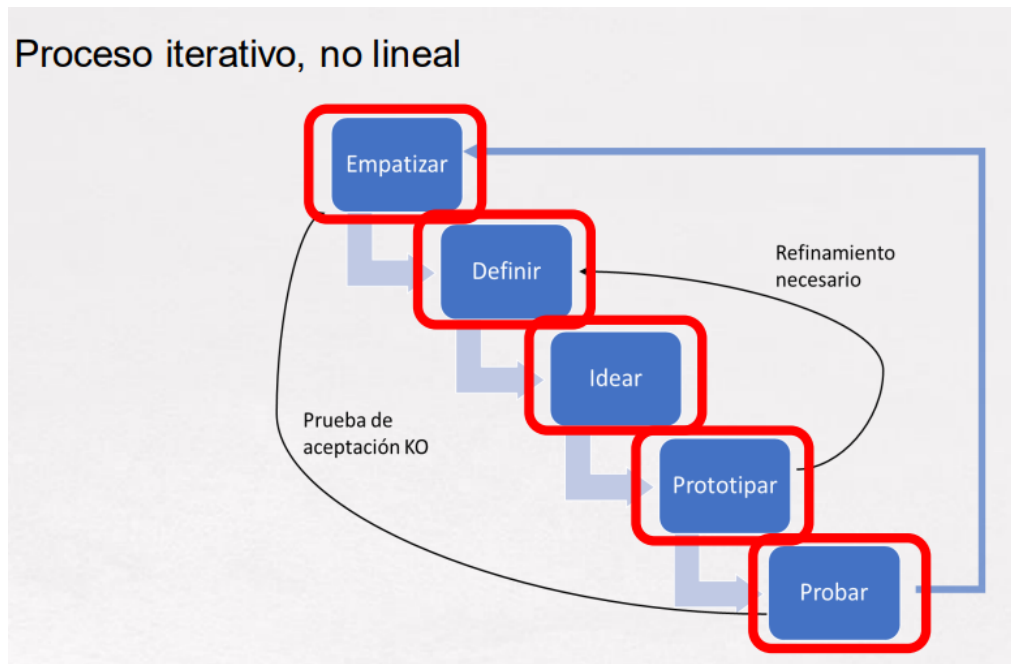
## ¿En qué consiste Design Thinking?

### Comprendiendo Design Thinking

- Se trata de pensar “de otra forma”
- Empatizar
- Ponerse en el lugar del usuario... literalmente
- Cualquiera puede hacer Design Thinking
- Antes de diseñaban productos y se intentaban vender; ahora “diseñamos” al usuario y en consecuencia diseñamos el producto o servicio

- Resuelve problemas reales (de usuario)
- Aprendizaje 100% práctico
- Mejor pequeñas pero sucesivas innovaciones pequeñas y de éxito, que una gran innovación disruptiva y arriesgada (p.ej. Uber)

## Proceso de Design Thinking



## Métodos para identificar necesidades

### Análisis de datos iniciales

#### Entrevistas

Método “follow me home” : Acompañar físicamente al usuario en su puesto de trabajo u ocio. Ponerse sus zapatos literalmente

Mapear el customer journey : Desde el primer contacto, la oferta, la compra, la relación posterior...

Seguimiento diario de la actividad del usuario

## Proceso de Design Thinking

### Etapa 1: Empatizar con los usuarios

Debemos considerarnos principiantes: de inicio, “no sabemos nada”; eliminar prejuicios

- Preguntar “qué, cómo y por qué” en entrevistas
- Analizar fotos y vídeos de usuarios interactuando con productos y

#### prototipos

- Hacer participar a usuarios “extremos”: para tomar otro punto de vista, y para no centrarnos en los casos excepcionales
- Simulaciones o “bodystorming”
- Lo que importa es lo que opine el usuario, no lo que opinamos nosotros
- Ponerse en los zapatos del usuario
- Pensar “como el usuario”, no sólo “en el usuario”

### Etapa 2: Definir el problema

- ❖ Análisis: separar las partes del problema
- ❖ Síntesis: declarar el objetivo. Plantear el problema
- ❖ Mapas mentales
- ❖ Mapa de empatía
- ❖ Puntos de vista (historias de usuario)

### Etapa 3: Idear la solución

- Ojo, no es lo mismo la creatividad que la innovación
- ¿Buscamos la “gran idea”, o muchas ideas más pequeñas pero aterrizables?
- Es muy difícil encontrar la idea “disruptiva”, pero más fácil encontrar y aplicar ideas pequeñas pero valiosas
- Aplicar el principio ágil “Personas en el centro, y valoramos sus interacciones”
- Canales de comunicación para buscar y compartir ideas:
- Comunicación osmótica

### Etapa 4: Prototipar

#### Prototipo de baja fidelidad:

- Barato
- Rápido
- Suficiente
- Centrado en enfocar bien, no en detallar

#### Prototipos de alta fidelidad

- Más caro hacerlo y modificarlo
- Realista: las pruebas serán fiables
- Simplemente, empezar a prototipar
- No tener miedo a equivocarse... es lo que buscamos!
- No tener miedo a “chapuzas”
- Se juzga al prototipo, no al usuario ni al diseñador
- Centrarse en el problema, no en los detalles del prototipo

- La clave es capturar feedback
- Explicar la diferencia entre prototipar y hacer producto

## Etapa 5: Probar

- Simular escenarios reales ... o conseguir el escenario real
- Recopilar comentarios sin “hacer ruido”
- No explicar demasiado el prototipo
- No influir
- Captar también el tono y las sensaciones
- **Prueban los usuarios**

## Profundizando en la metodología

### Profundizando en el enfoque

- Vista en el presente
- Pero también en el futuro (no soluciones que caduquen pronto)
- No quedarnos en lo que el cliente dice. ¿Por qué lo dice?  
¿Qué es lo que necesita, y no sólo lo que quiere? ¿Por qué lo quiere?
- Aplicar nuevas perspectivas: “¿Por qué no?”

### Beneficios de aplicar Design Thinking:

- A nivel cultural, se fomenta la empatía con el cliente
- Mejora el ROI, se minimiza el desperdicio
- Colaboración
- Cultura ágil

## Agile, Lean y Design Thinking para desarrollo de producto

### Design Thinking:

- Mentalidad abierta
- Prototipado
- No dar nada por supuesto
- Impedir prejuicios
- Aprender de forma práctica
- Contacto directo con usuarios y clientes
- Fomentar la creatividad
- Hacer posible la innovación

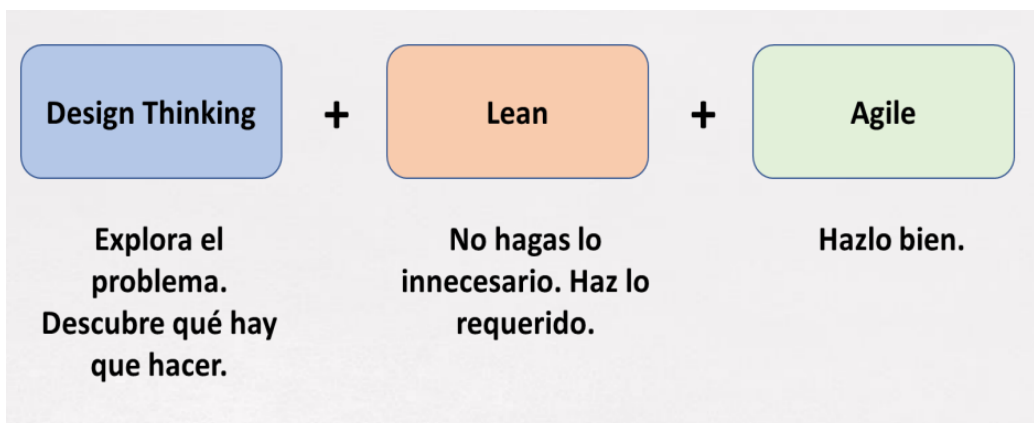


Lean:

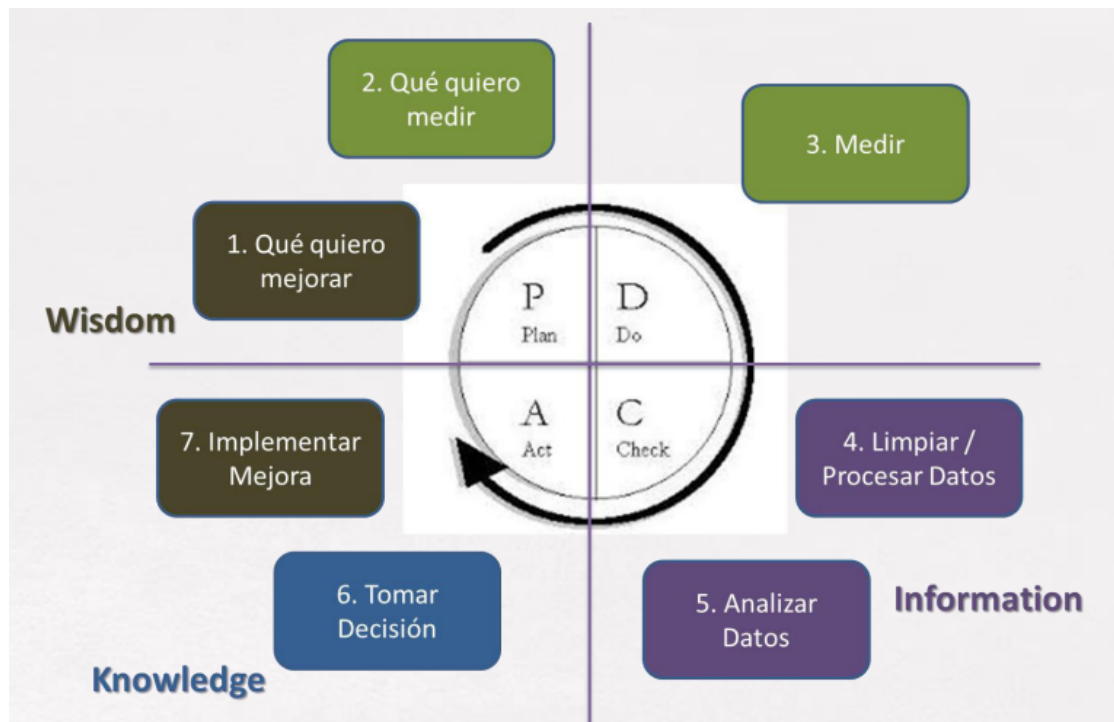
- No hagas lo que no es necesario
- Hacer más de lo que aporta más valor
- Aprender de forma continua
- Medir
- Aceptar el cambio
- Mejorar
- Optimizar

Agile:

- Construir de forma iterativa
- Construir de forma incremental
- Trabajar en base a iteraciones
- Las personas en el centro
- Proceso ligero
- Adaptación al cambio
- Flexibilidad



## Cumplimiento de objetivos



## Carencias del enfoque tradicional y de ágil

### Carencias actuales del enfoque tradicional:

- Predictivo... ¿podemos predecir?
- Gestión del cambio compleja... ¿Cuántos cambios se producen?
- No pensado para el contexto actual

### Soluciones del enfoque ágil:

- Poca planificación detallada
- Personas en el centro
- Muy adaptable

## Design Thinking como parte del enfoque ágil

### Enfoque de gestión ágil

Priorización según valor de negocio

- MoSCoW
- Kano
- Estimación relativa
- Planificación progresiva: 3 horizontes de planificación
- Perfil facilitador

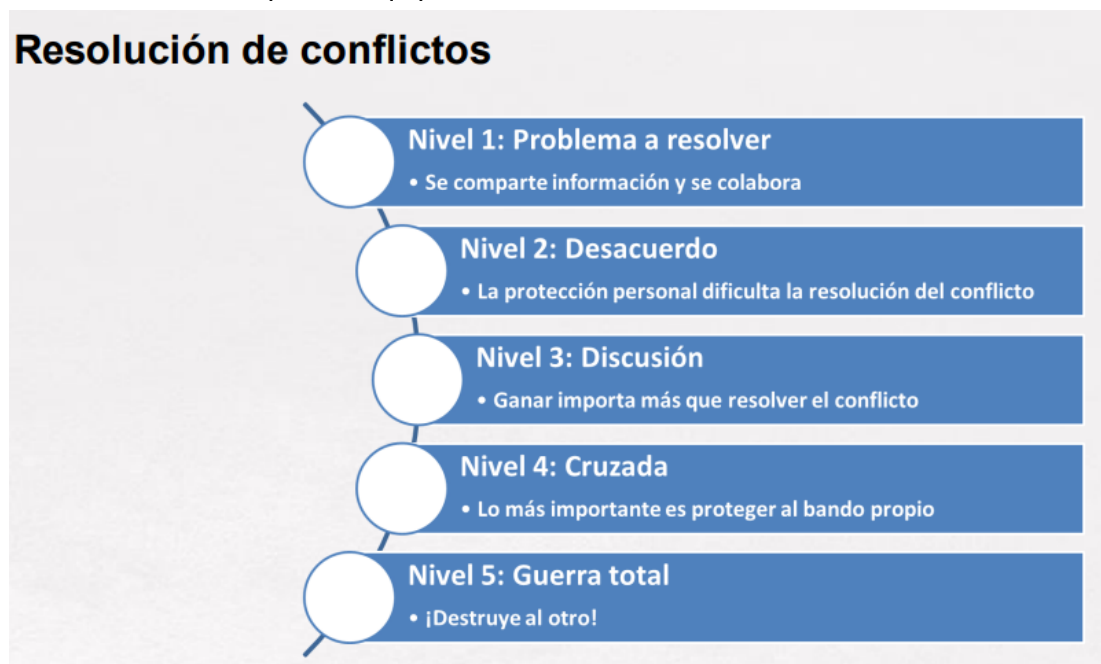
- Tablero de tareas, radiadores
- Ceremonias ágiles

## Soft skills necesarias (Parte 1)

### Liderazgo facilitador

- Proteger al equipo de interrupciones
- Eliminar obstáculos al progreso
- Comunicar la visión
- Llevar agua y comida
- Ser honesto
- Ser competente
- Desafiar el status quo del equipo

## Resolución de conflictos



## Soft skills necesarias (Parte 2)

### Modelos de decisión participativa

- Votación simple
- Pulgares arriba/abajo/de lado
- Puño de cinco
- Negociación
- Escucha activa
  - Nivel 1: escucha interna
  - Nivel 2: escucha enfocada
  - Nivel 3: escucha global
- Métodos de facilitación de reuniones: objetivo, tiempo, fomentar participación, todos tienen derecho a hablar
- Globalización, cultura y diversidad de equipo

## ¿Cómo lo hace Google?

### Google Design Sprint

Ejecutar un proyecto ágil con iteraciones de una semana, cuyo objetivo es diseñar una solución:

- 3 roles
- Feedback
- Iteraciones cortas
- Aprendizaje continuo

### Design Thinking en Google

## Google Design Sprint



### Lunes: Entender

- Identificar usuarios
- Comprender el contexto
- Analizar a la competencia
- Formular estrategia

Propuesta: ingeniería inversa

**Martes: Bosquejar**

- Permitir todas las ideas
- Generar muchos bocetos
- Seleccionar las mejores ideas
- Bocetos de baja y muy baja fidelidad
- Velocidad y agilidad para exponer ideas
- Falla mucho, falla deprisa

Propuesta: prototipado en lápiz y papel

**Miércoles: Tomar decisiones**

- Mostrar todos los bocetos ganadores a la vez
  - Votar ganador (de 0 a 5)
  - Generar prototipo más detallado del ganador
- Propuesta: reunión facilitada para toma de decisión

**Jueves: Testear prototipo**

- El prototipo debe ser tangible, visible o utilizable.
- Hacer un guión de la “demo”
- Tomar feedback
- La demo se hace con el usuario (usuario/s proxy/s)
- Escuchar más allá de las palabras: gestos, actitud, dificultades...

**Viernes: Testeo real**

- Entrevistas reales
- En entorno real, si es posible
- Grabar las pruebas en vídeo
- Decidir entre continuar, o romper
- No seguir puede ser mucho más barato que seguir en un error
- Continuar sobre lo aprendido

